

Nautilus
Collana diretta da Alberto Abruzzese

Giovanni Boccia Artieri

I media-mondo

Forme e linguaggi
dell'esperienza contemporanea

Copyright © 2004 Meltemi editore srl, Roma

È vietata la riproduzione, anche parziale,
con qualsiasi mezzo effettuata compresa la fotocopia,
anche a uso interno o didattico, non autorizzata.

Meltemi editore
via dell'Olmata, 30 – 00184 Roma
tel. 06 4741063 – fax 06 4741407
info@meltemieditore.it
www.meltemieditore.it



Indice

- p. 9 *Introduzione*
Piani e asperità nei territori dei media-mondo
- 17 *Capitolo primo*
Osservazioni dal piano del sociale
La comunicazione luogo
Evoluzione dei media della comunicazione: i fatti, le cose, i corpi nella rete dell'informazione
La strategia evolutiva della comunicazione: la comunicazione si fa "luogo"
L'informazione è una parola problema
- 51 *Capitolo secondo*
Osservazioni dal piano individuale
La forma medium e l'accoppiamento biocognitivo
Contenuti mediali narrativi: osservazione di secondo ordine e riflessività
Identità mediali: sceneggiature di vite immaginate
- 73 *Capitolo terzo*
Osservazioni dal piano relazionale
Il rumore di fondo del sociale
Farsi altro: moltitudine
I luoghi della moltitudine
Biografie generalizzate
Moltitudini mediali
Corpi al collettivo

	Conseguenze estreme		Identità nei media come problema
99	<i>Capitolo quarto</i> Media-mondo e virtualità Doppio movimento di resa e cattura: il farsi virtuale del sociale La virtualizzazione e il sociale: cultura della rete Le cose virtualizzate: infoggetti Il corpo virtualizzato: corpo tecnorganico e corpo postorganico Virtualizzazione del sociale: i fatti nella rete dell'informazione Virtualizzazione. Le conseguenze estreme		Dissoluzione di una comunità della comunicazione fondata sulla tradizione Dissoluzione di una "rigidità" identitaria ascritta Dissoluzione delle forme moderne del linguaggio mediale
127	<i>Capitolo quinto</i> Media-mondo e società del controllo Premessa tra informazione e immagine Dalle società disciplinari alla società del controllo Società cibernetica: la natura automatica del controllo Sguardo sociale e realtà panottica Le immagini della società del controllo: ottica video-digitale Il potere ottico e l'ottica del potere Virtualizzazione del sociale e pratiche di disciplinamento Reti: controllo ubiquitario della relazione e trasparenza del soggetto Le cose e la dimensione quotidiana del controllo Bio-tecno-potere: forme di codificazione, rappresentazione e manipolazione del corpo Controllo. Le conseguenze estreme	193	<i>Conclusioni</i> Dissoluzioni e conclusioni Vissuti e rappresentazioni: l'immaginario nei media-mondo
	Identità e linguaggi dei media-mondo	201	Bibliografia
159	<i>Capitolo sesto</i> I media-mondo e le forme glocal dell'identità I media e la società-mondo: per uno sguardo di discontinuità I territori dei media-mondo La mondo cultura		

Introduzione

Piani e asperità nei territori dei media-mondo

Importa inoltre che l'osservatore partecipi all'oggetto della sua osservazione; occorre in certo senso amare il cinema, aver piacere a introdurre una moneta in un juke-box, divertirsi con le macchine a gettone, seguire gli incontri sportivi alla radio e alla televisione, canticchiare l'ultima canzonetta (...). Occorre conoscere il mondo senza sentirvisi estranei: divertirsi a *flâner* sui grande *boulevard* della cultura di massa.

Edgar Morin

C'è un territorio nuovo. Un nuovo luogo nel quale il sapere e la vita sperimentano percorsi diversi. I media-mondo. A dire la verità non è proprio un luogo "nuovo". È solo che oggi, visto che la mutazione di scenario è compiuta, diviene visibile e praticabile la realtà dei media-mondo come realtà universale, connettiva e condivisa. E questo fa di questa realtà uno spazio di creazione di linguaggi (connettività, ipermedialità, interattività), un territorio di negoziazione tra soggettività vecchie e nuove (imprese, soggetti collettivi, individui, figure mediali, forme tecnologiche e post umane), un luogo nel quale è possibile osservare le diverse forme della comunicazione e i livelli d'intreccio. E si può osservare per piani diversi. Questione di épistème.

Tre sono i piani di cui tener conto, per la tradizione sociologica e di comunicazione da cui provengo. Piano individuale, relazionale e del sociale. Si tratta di tre orizzonti diversi che sono tre modi differenti di osservare. Necessariamente irriducibili. Tra l'uno e l'altro c'è discontinuità. Eppure ognuno si fonda sul livello precedente. In una parola tra l'uno e l'altro c'è autosollevamento. Un salto, dunque. Le problematiche sono così poste in maniera differente secondo il livello di osservazione sul quale ci collochiamo, ma è solo così che è possibile fare un discorso che non

si appiattisca su posizioni generiche che “confondono” punti di osservazione differenti.

I media-mondo sono un’acquisizione evolutiva della deriva dei media, cioè di un’evoluzione imprevedibile, discontinua e contingente, che fa mutare la comunicazione antropologicamente e socialmente, dall’oralità fino alle dimensioni legate alle nuove tecnologie. È “qui”, nei media-mondo che diventa visibile e sperimentabile la comunicazione come “luogo”, cioè che è possibile “concretamente” osservare i risultati dell’evoluzione della comunicazione.

La comunicazione va intesa sia come oggetto che come strumento di osservazione. Dire che la prospettiva è comunicativa non è però sufficiente. Vale la pena di evidenziare come esista una specifica angolatura attraverso la quale osservare. Tale angolatura è rappresentata, appunto, dall’evoluzione mediale della comunicazione, vale la pena di ripeterlo. È infatti nell’ottica evolutiva dei media che possiamo osservare come muta la comunicazione e le conseguenze che tale mutamento produce nel rapporto tra individuo e società. È così che la comunicazione, in chiave evolutiva mediale, va pensata contemporaneamente come la realtà da cui osserviamo il mutamento e come lo strumento che ci consente di osservare.

I media, appunto, rappresentano, in definitiva il luogo operativo di mutamento della comunicazione, la piattaforma di decollo per la produzione di una serie di discontinuità nelle forme che la comunicazione via via assume e nei linguaggi correlati. È guardando dalla prospettiva dei media che allora possiamo tracciare uno sfondo astratto sul quale poggiare le ricadute empiriche di diversa natura.

Osservare dal piano del sociale (capitolo primo) ci consente di mettere in luce come nel percorso mediale evolutivo la comunicazione diventa un *luogo*:

a) il luogo nel quale l’informazione si generalizza rispetto ai fatti, alle cose, ai corpi, nel quale cioè l’informazione tende a svincolarsi dalle azioni, dallo strato di concretezza materiale del mondo, dai vissuti concreti;

b) il luogo nel quale germoglia la virtualità del sociale come stato/strato emergente della realtà.

Parlare di comunicazione come di un “luogo” significa quindi mettere in luce una traiettoria evolutiva nella quale la comunicazione tende a svincolarsi dalle particolarità, dalle quote di soggettività, dalle fattispecie concrete per diventare sempre più un “posto” dove l’informazione diventa un evento che trascende le competenze individuali: una realtà autonoma.

Ma cosa accade all’individuo se l’osserviamo dai media, cioè se lo vediamo dal punto di vista di una comunicazione che evolve? Qui non si tratta di parlare di “effetti” dei media sugli individui, ma di mostrare come in corrispondenza dell’evoluzione mediale della comunicazione evolve il rapporto individuo/società. È quello, invece, che accade in alcuni approcci mediologici che passano con disinvoltura dall’impatto dei media sull’individuo al fatto che questo, senza soluzione di continuità, si ripercuota su mutazioni epocali della società e dei modi di rappresentazione intersoggettivi (McLuhan 1964 e per certi versi anche Ong 1968).

Come si è detto la prospettiva qui è altra: si osserva per piani, attraverso i media a partire da una svolta evolutiva della comunicazione. Osservare dal piano individuale (capitolo secondo) ci consente di evidenziare come la condizione “normale” di esperienza del mondo diventi sempre più una condizione mediale e mediata. Attraverso l’evoluzione mediale della comunicazione (dall’oralità alla scrittura, alla stampa, alle telecomunicazioni, all’audiovisivo fino alle tecnologie computazionali) si produce attraverso i media una realtà della comunicazione che viene direttamente percepita: non si percepisce più il “mondo” ma direttamente la comunicazione. Media-mondo. La comunicazione come luogo viene vissuta dagli individui entro un ambiente mediale che si struttura come un mondo di esperienza sempre più complesso. Un esempio, banale. Si arriva a Parigi o a Miami e ci coglie una sensazione di riconoscimento: realtà già vista, già sperimentata, già percepita. In tv per esempio. Come dire: non c’è riscontro immediato con la realtà ma sempre più una percezione che rimanda a ciò che è stato percepito attraverso la comunicazione.

Con i nuovi media, poi, ritorna la dimensione dell'interazione e la percezione "diretta" del mondo. Ma riviste, aggiornate, dalla logica di mediazione. Non ci si deve limitare a vedere un luogo ma si può essere telepresenti all'azione. Qui l'accento non va posto tanto sulla presenza ma sul suffisso tele. Come dire. Sono le parole a costruire il mondo in cui anche le cose possono collocarsi.

Se le conseguenze di virtualizzazione della comunicazione-luogo impattano con gli individui nella prospettiva dei media-mondo, ci troviamo dinanzi a un quadro interpretativo vincolante. Da una parte abbiamo il peso di una strategia evolutiva della comunicazione (che poi altro non è che una strategia del sociale) che nel suo mutare si "stacca" sempre più dalle quote di singolarità, dalle specificità, dalle esistenze uniche e irripetibili. Qui è il sociale che attraverso la generazione dei media-mondo porta le soggettività a interiorizzare, come vedremo, quote crescenti di contingenza, rendendo di fatto gli individui delle persone più performative, più consone a partecipare al livello del sociale stesso, in una parola: più adatte. Dall'altra troviamo proprio a partire dalla realtà dei media-mondo, la possibilità di leggere strategie fortemente soggettive di riappropriazione di territori, di generazione di spazi di negoziazione: insomma la possibilità "irritativa" nei confronti del sociale.

Vale la pena ricordare come, di fatto, sia il sistema sociale a definire ciò che lo può irritare. Ogni irritazione (movimenti controculturali, pratiche d'indigenizzazione) è sempre un "lasciarsi irritare".

Non c'è dunque spazio per le individualità? Forse l'unico spazio possibile è dato dagli scarti, dai residui, da tutto ciò che non è né può essere d'interesse per il sociale? Da ciò che non è, non può o non vuole essere comunicabile? Si tratta di latenze ambientali che non vale la pena d'indagare, poiché se le indaghiamo, se le rendiamo riconoscibili significa già "trattarle" secondo la logica del sociale, per esempio del sistema della scienza o dei media stessi?

C'è un terreno bio-politico, di natura magmatica. La moltitudine. È forse da qui, dal piano relazionale (capi-

tolo terzo), da una frazione che non è più individuo ma non si è fatta società, che possiamo osservare alcune condizioni di possibilità. La moltitudine consente di osservare le forme che i sistemi sociali d'interazione assumono nella tarda modernità.

È evidente che, anche qui, quando fissiamo una forma significa che si è già cristallizzata, tende già a farsi sociale, cioè comunicazione. Ma ciò che interessa è mettere in luce il movimento genetico di fondo, il rumore di fondo del sociale che la moltitudine rappresenta. "Moltitudine" è un concetto guida che diviene fenomeno emergente a partire dalle trasformazioni dei luoghi di generazione e socializzazione dei vissuti in relazione, quei luoghi in cui i "molti" trovano dimora e la singolarità si apre per farsi altro.

Il lavoro innanzitutto, come trasformazione post fordista capace di elaborare le qualità dei compatti mente/corpo e orientato alla dimensione antropologica della specie prima che ai saperi e alle specializzazioni – anche se l'economia del sapere diviene una dimensione strategica della logica produttiva: le qualità comunicative e relazionali degli individui, le capacità di stare assieme e fare gruppo, la despecializzazione come risorsa per la flessibilità, diventano elementi chiave nel pensare la dimensione produttiva della tarda modernità. E poi la rivisitazione della relazione tra tempo di lavoro e tempo libero, che fa dei momenti di *loisir* una nuova area di elaborazione delle stesse qualità che la produzione richiede. Ma anche un territorio nel quale vengono progettate strategie di affermazione che talvolta producono spinte di senso contrario.

Il consumo è un altro territorio nel quale osserviamo nuove forme di espressività dei molti, forme di socializzazione collettive e relazionali, comportamenti di aggregazione e disaggregazione giocati all'interno dei nuovi luoghi (centri commerciali, mega store) e attraverso modalità diverse di scelta, di spesa, anche con forte capacità di rielaborazione del senso, come le tattiche di *subvertising* indicheranno.

Terreno fertile per osservare le moltitudini sono poi i territori mediali, rivisitati dalle sensibilità connettive delle

nuove tecnologie, che aprono alla possibilità di produrre forme comunicative e di azione nelle quali la dimensione singolare, di personalizzazione si accoppia a quella della pluralità, dei linguaggi “multi-molti”, delle logiche collettive che sono già oltre la dimensione di massa. È qui che la moltitudine meglio mostra la dissoluzione di una forma ideologica della comunità, quella fondata sulla tradizione, su legami sociali materiali e di territorialità a favore di legami connettivi che si strutturano a partire dalle possibilità di rielaborazione dei vincoli spazio-temporali e di quelli materiali. È qui che osserviamo la nascita di forme partecipative neo (o forse post) comunitarie dal basso, forme di azione sociale “mediata” che preludono a nuovi linguaggi come vedremo (capitolo sesto).

Se questi tre piani offrono la possibilità di elaborare un quadro d'insieme, dobbiamo confrontarci però con le *estreme conseguenze* che il contesto dei media-mondo presenta: virtualizzazione (capitolo quarto) e controllo (capitolo quinto). In pratica le diverse forme di elaborazione dell'esperienza umana che attraversano i territori dei media-mondo e in questi territori si formano, sono forme che sperimentano in modi molteplici la contingenza, che sperimentano le diverse modalità dell'automatizzazione del controllo. Corpi, cose e fatti (azioni e relazioni sociali) si virtualizzano, diventano sempre possibili altrimenti, e l'uomo contemporaneo interiorizza nelle strategie di produzione di senso nel mondo quote crescenti e sempre più significative di tale stato di virtualizzazione. Allo stesso tempo corpi, cose e fatti rientrano nei confini di un controllo sempre più automatizzato della società cibernetica, capace non solo di regolare ma di fare interiorizzare il principio di regolazione (che diventa quindi auto-regolazione, o auto-disciplinamento come direbbe Michel Foucault).

Questi i territori che si aprono in una riflessione dai media-mondo. Ciò che è evidente è che ci troviamo di fronte a un orizzonte mutato del sociale. La modernità è compiuta, è al massimo delle sue potenzialità e i linguaggi che l'hanno caratterizzata sono sempre più inadeguati per

descrivere la realtà che ci circonda. Concetti come quello di soggetto, di identità, di massa o di comunità diventano realtà imbriglianti sempre meno in grado di spiegare le trasformazioni in atto e i territori nei quali ci muoviamo. L'orizzonte è mutato, ma noi descrivendolo con le parole del moderno o rischiamo di raccontarlo secondo un percorso di continuità svuotandolo dalle fratture, dagli strappi e dalle lacerazioni o rischiamo di restare miopi di fronte alle forme di “emergenza” che ci segnalano la mutazione.

Occorrerebbe allora trovare nuove parole che si generano dalla capacità di osservare le cose o varrebbe la pena di ripensare quelle consolidate per mettere a fuoco la loro potenza nel leggere l'attualità. Un problema di semantica dunque, ma anche molto pragmatico. Da una parte nelle parole troviamo le tracce del sociale, della semantica della società che evolve e si sedimenta nella comunicazione. Dall'altra le parole non sono le cose ma hanno a che fare con la potenza di un simbolico che, a partire dalle pratiche, attraverso la comunicazione si sgancia dal piano di materialità del mondo per farsi altro. Ecco allora la necessità di ripensarsi alla luce di alcuni dei concetti chiave che possono guidarci nell'osservazione del sociale.

Comunicazione, moltitudine, glocal, media-mondo, sono alcune parole-snodò che questo libro utilizza per focalizzare l'attenzione verso la capacità di osservare i nostri tempi a partire dai nuovi territori che abitiamo. È qui che si gioca la sfida di un'individualità che riesca a trovare nel sociale spazi di autonomia per i propri percorsi di senso e per la produzione di simbolico dal basso.

Madonna dell'Albero, marzo 2004